

Bedrijven willen op de sociale toer, waar blijft de politiek?

Citation for published version (APA):

Hummels, H. (2016). Bedrijven willen op de sociale toer, waar blijft de politiek? *Trouw*.

Document status and date:

Published: 18/11/2016

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.umlib.nl/taverne-license

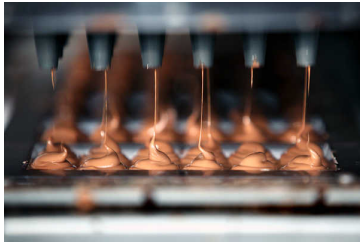
Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

repository@maastrichtuniversity.nl

providing details and we will investigate your claim.

Bedrijven willen op de sociale toer, waar blijft de politiek?



In het Belgische Borsbeek worden repen fairtradechocolade van Tony's Chocolonely in vormen gegoten en verpakt.

foto werry crone

De Nederlandse politiek moet een stimuleringsfonds oprichten voor de financiering van sociale ondernemingen, vindt Harry Hummels.

HARRY HUMMELS, HOGLERAAR SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP UNIVERSITEIT UTRECHT

Nederland kan een pioniersrol vervullen bij duurzame doelstellingen Verenigde Naties

De Growboxx van de Nederlandse start-up Groasis is onlangs onderscheiden als Nationaal Icoon. De biologisch afbreekbare doos laat planten groeien in moeilijke gebieden, waaronder woestijnen en gebergten. Groasis is een sociale onderneming die zich tot doel heeft gesteld gedegradeerde landbouwgrond opnieuw te beplanten.

Sociale ondernemingen zijn ondernemingen die hun maatschappelijke missie centraal stellen. Het maken van winst is noodzakelijk, maar bijkomstig. Zij richten zich onder meer op de klimaatproblematiek, een toegankelijke gezondheidszorg, betaalbare huisvesting of beter onderwijs - zowel in Nederland als in ontwikkelingslanden en opkomende economieën. Bekende voorbeelden zijn Tony's Chocolonely, Fairphone en Triodos Bank.

Nederland telt inmiddels zo'n 6000

sociale ondernemingen. Zij bieden werk aan ongeveer 75.000 medewerkers en voegen 3,5 miljard euro toe aan het nationaal inkomen.

De sociale onderneming kreeg een impuls met de introductie van de participatiesamenleving, maar valt daarmee niet samen. De overheid trekt zich terug en laat ruimte voor particulier initiatief om maatschappelijke uitdagingen op te pakken. Tegelijkertijd zien ondernemers kansen in het aanpakken van sociale of milieuvraagstukken uit oogpunt van marktontwikkeling.

Zo brengt Tony's Chocolonely chocola op de markt die bijdraagt aan het uitbannen van kindslavernij. Triodos kijkt in haar kredietverlening en investeringsbeleid naar positieve maatschappelijke bijdragen, terwijl Groasis 2 miljard hectare gedegradeerde landbouwgrond wil (her)beplanten met productieve bomen.

VN-doelstellingen

Vanuit het oogpunt van schaalvergroting en maatschappelijke impact is het relevant dat ook multinationals zoals Philips, DSM en Danone tekenen van sociaal ondernemerschap vertonen. Daarbij gaan zij verder dan louter maatschappelijk verantwoord of duurzaam ondernemen, waarbij de nadruk ligt op mensenrechten, arbeidsrechten, beperking van CO₂-uitstoot en bestrijding van corruptie. Steeds vaker leggen deze bedrijven zich ook toe op het creëren van positieve maatschappelijke waarde.

Deze ontwikkeling wordt versterkt doordat de bedrijven zich hebben gecommitteerd aan de VN-doelstellingen voor een duurzame maatschappelijke en economische ontwikkeling. Dat is nodig ook. Om deze doelstellingen te realiseren, is veel geld nodig dat niet voorhanden

is in de publieke sector. Volgens UNCTAD is tot 2030 jaarlijks een extra investering nodig, bovenop de reeds bestaande toezeggingen, die ligt tussen de 1600 en 2800 miljard dollar. Overheden leggen niet meer in dan een kleine 240 miljard dollar - ongeveer 10 procent van wat nodig is.

Het bedrijfsleven - gestimuleerd door sociaal ondernemerschap - is zeer gemotiveerd om in samenwerking met de overheid en het maatschappelijk veld bij te dragen aan de mondiale ontwikkelingsdoelstellingen. Zo werkt Philips samen met de Keniaanse overheid en de lokale gemeenschap in een buitenwijk van Nairobi om de toegang tot primaire gezondheidszorg te bevorderen. Daarbij ligt het accent op de verbetering van de moeder-kind-zorg.

Danone heeft samen met Nobelprijs-winnaar Muhammad Yunus een productieonderneming opgericht die verrijkte yoghurt produceert voor ondervoede kinderen in Bangladesh. DSM, tot slot, werkt samen met World Vision en het World Food Program om de voedingswaarde van kindervoedsel te verbeteren door de toevoeging van micronutriënten. Niet alleen leidt sociaal ondernemerschap tot product- en procesvernieuwing, het draagt ook bij aan de motivatie van medewerkers en resulteert in een versterking van de concurrentiepositie.

Gemiste kansen

Deze ontwikkeling gaat voor een belangrijk deel voorbij aan de Nederlandse politiek. Waar het kabinet de VN-duurzaamheidsdoeleinden heeft omarmd, daar laten politieke partijen het vrijwel volledig afweten.

In de recent gepubliceerde programma's van de SP en GroenLinks ontbreekt de aandacht voor (sociaal) ondernemen volledig, terwijl VVD en SGP zich beperken

tot (maatschappelijk verantwoord) ondernemen in het algemeen. D66, CDA en ChristenUnie zijn de enige partijen met oog voor deze ontwikkeling. Echter, zij kijken vooral naar de mogelijkheden in de Nederlandse context. Daarbij gaat het vrijwel uitsluitend over de juridische structurering van de sociale onderneming en over de inkoop door de overheid bij deze sociale ondernemingen. Absoluut een gemiste kans.

geslagen. Het is echter nog geen 15 maart 2017.

Overheid en politiek kunnen een sleutelrol vervullen in het bevorderen van sociaal ondernemerschap door op te treden als kennismakelaar, als opdrachtgever of als partner in het starten van nieuwe ontwikkelingen. Als kennismakelaar verzamelt en distribueert zij informatie over de (on)mogelijkheden van sociaal ondernemen. Als opdrachtgever neemt zij producten en diensten af bij sociale ondernemingen en als partner kan zij initiatieven bevorderen die bedrijven in staat stellen zich sociaal te onderscheiden.

Met het Dutch Good Growth Fund heeft de Nederlandse overheid al een goede stap gezet. Een specifiek stimuleringsfonds gericht op financiering van sociale ondernemingen verdient het om binnenkort de politieke en maatschappelijke agenda te halen.

Pioniersrol

Door sociale ondernemingen zoals Groasis te ondersteunen en de schaalbaarheid of replicerbaarheid ervan te vergroten, kan Nederland een pioniersrol vervullen in het kader van de VN-duurzaamheidsdoelstellingen. Met name op het terrein van de gezondheidszorg, water, duurzame energie, landbouw en voeding is er nog een wereld te winnen - een wereld die daar duidelijk behoefte aan heeft. Het is aan de politiek om hier invulling aan te geven. Wie de verkiezingsprogramma's, leest constateert dat er nog een behoorlijke slag moet worden